

0.0

Comentarios (0)

OMAR FERNANDO ROMERO DOMINGUEZ

Bogotá, Colombia

Conferencista | Capacitador | Coach | Docente | Moderador | Panelista

País de residencia: Colombia

Nacionalidad: Colombia

Idiomas: Español, Inglés

Áreas de conocimiento

Estrategia Creativa, Estrategia de Marca, Shopper Marketing Strategy, Semiótica y Comportamiento, Diseño de Metodologías, Workshops, Mentoría, Visual Thinking, Telecomunicaciones, Industrias Reguladas.

Descripción del perfil

Tras 20 años de experiencia obteniendo reconocimientos como Director Creativo y más tarde como Director de Planeación en diferentes agencias multinacionales, hoy lidera la unificación de las áreas de Estrategia, Innovación Digital y Análisis de Datos en una de las más grandes Redes de WPP, Geometry Latinoamérica. Colgate Palmolive, Diageo, Coca-Cola, Cotton USA, Lifemiles, Novartis, son algunas de las marcas que guía junto a su equipo en Geometry. Ha sido invitado como profesor a La Universidad del Rosario, CESA, ICESI, entre otras, así como expositor en el marco del IV Congreso Internacional de Mercadeo, en el IABDAY y Marketing Day. Lidera hoy junto a sus colegas la conformación de la primera Asociación de estrategas y consultores, APG Colombia.

Conferencias, Cursos o Talleres

El final debería estar cerca

Menos de 1 Hora

Estamos concentrados en los planes y tácticas día a día, pero nos olvidamos del momento final o cúspide de la experiencia del usuario, ¿El riesgo?, cumplir con un checklist sin posibilidad de cambiar un comportamiento, reforzar un pensamiento o emoción.

Todos quieren comer DATA pero nadie quiere sembrarla

Menos de 1 Hora

Una Visión crítica para nuestras organizaciones, en donde si bien todos compran el discurso recurrente de los datos como posibilidad de transformación y supervivencia, son escasos los pasos maduros en el aprovechamiento de los mismos; recomendaciones básicas para empezar esa ruta.

Experiencias

Chief Strategy Officer

GEOMETRY

2015 - Actual

Artículos

War Game

Hay que darle una guerra al cliente: un espacio para que pueda librarla, simulaciones para evaluar y un lugar dónde visualizar problemas y soluciones. Además, explica cómo funciona el tablero diseñado por la agencia para cumplir con estos objetivos que propone.

http://www.marketersbyadlatina.com/1812-Un-juego-de-guerra-estrategia-y-toma-de-decisiones-para-cada-cliente

Businesses Need to Wake Up the Hunter

Within a matter of days, normalcy as we knew it dissolved as a pandemic swept across the globe. What emerged in the days and weeks after was a 'hunter' mentality. Each of us was looking for ways to identify solutions for the new routines of our lives. On the individual level we were hunting for supplies, facing new routines and schedules; on the agency level we were hunting for new ways to connect with consumers in this quickly changing world. At Geometry, this hunger was speared on by Living CommerceTM, a platform created to connect talent to any solution. At the dawn of time, hunters were prolific. What we learned from them though was the volatility inherent in it. It is unpredictable and quickly changing. Like generations past, we are again living in a hunting period. With the constant influx of online information filling every corner of our minds, our brains have become saturated with information. This new virtual life has left many of us falling behind.

https://www.geometry.com/global/news/businesses-need-to-wake-up-the-hunter

Perfil en Mentes a la Carta

https://www.mentesalacarta.com/conferencistas-capacitadores-coaches/omar-de